

ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการประกันชีวิต ประเภทโฆษณาว่าไม่ต้องตรวจสอบสุขภาพ¹

ยุพาภรณ์ นาริรัตน์²

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการประกันชีวิต ประเภทโฆษณาว่าไม่ต้องตรวจสอบสุขภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความหมาย ประวัติความเป็นมา วิวัฒนาการ แนวคิด ทฤษฎี และมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการประกันชีวิต ประเภทโฆษณาว่าไม่ต้องตรวจสอบสุขภาพ ซึ่งทำให้ผู้ศึกษาได้รับความรู้ความเข้าใจว่า ผู้ประกอบธุรกิจทำการผลิตสินค้าหรือบริการมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผู้ประกอบธุรกิจจึงจำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาด มีการวางแผนการผลิต การจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาดและการโฆษณา เพื่อแข่งขันตลาดด้วยการโฆษณาส่งเสริมการขาย ด้วยวิธีการหลายรูปแบบ เช่น การโฆษณาส่งเสริมการขาย โดยระบบการขายตรง (Direct Sale) การโฆษณาทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) การโฆษณาแฝง แคมเปญปัจจัยที่สำคัญในการกระจายข่าวหรือเผยแพร่สินค้า กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการและยอมรับในสินค้า คือ “การโฆษณา” เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึง ทั้งโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์อื่น ๆ ป้ายโฆษณา ตลอดจนอินเทอร์เน็ต การโฆษณามีทั้งคุณประโยชน์และโทษ คือ การโฆษณาเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคในฐานะทำให้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าแก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าและเลือกซื้อได้โดยถูกต้อง แต่หากการแข่งขัน การทำโฆษณาโดยปราศจากขอบเขตหรือความรับผิดชอบก็จะก่อผลเสียอย่างมากแก่ผู้บริโภค เพราะผู้ประกอบการใช้วิธีการโฆษณาเพื่อประโยชน์ส่วนตน หวังแต่ผลกำไรแข่งขันแย่งชิงลูกค้า ด้วยวิธีการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค ทำการโฆษณาอันเป็นการหลอกลวงโฆษณาเกินความจริง หรือมีแนวโน้มที่จะโฆษณาโอ้อวดสรรพคุณเพื่อหลอกลวงผู้บริโภคให้หลงผิดในสินค้าหรือบริการ และอาจบิดเบือนสาระสำคัญที่ผู้บริโภคควรทราบ การที่ประเทศไทย มีกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาสินค้า หรือบริการทางสื่อต่าง ๆ บังคับใช้อยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นป้ายโฆษณา นิตยสาร หรือสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ที่ออกมาใช้ในปัจจุบัน แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคยังคงเกิดขึ้น

¹ บทความนี้เรียบเรียงจากการศึกษาอิสระ เรื่องปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการประกันชีวิต ประเภทโฆษณาว่าไม่ต้องตรวจสอบสุขภาพ โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษา คือ รองศาสตราจารย์กัลยา ตันศิริ และคณะกรรมการสอบ คือ รองศาสตราจารย์ประเสริฐ ตันศิริ และรองศาสตราจารย์สุธินี รัตนวราห

² นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (บางนา) คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

จากการศึกษาทำให้ทราบว่าปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการประกันชีวิต ประเภทโฆษณาว่าไม่ต้องตรวจสอบสุขภาพ ยังไม่ชัดเจน ไม่ครอบคลุมด้วยกันหลายประการ ซึ่งสรุปได้ ดังต่อไปนี้

ประเด็นแรกเป็นปัญหาที่เกี่ยวกับรูปแบบของสัญญา ส่วนใหญ่แล้วสัญญาที่บริษัทประกันชีวิตใช้กับผู้บริโภคนั้นจะเป็นรูปแบบของสัญญาสำเร็จรูป ซึ่งเป็นสัญญาที่คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งไม่มีโอกาสใช้ถ้อยคำในสัญญาได้ กล่าวคือ ผู้ซื้อประกันเพียงแต่จะยอมรับเงื่อนไขตามสัญญาหรือไม่เท่านั้น เมื่อมีโฆษณาว่าขายประกันโดยไม่ต้องตรวจสอบสุขภาพ วิธีการโฆษณาแบบนี้เป็นการโฆษณาที่ชี้เป้าว่าทำกรรมกรรม “ง่าย” และ “ไม่ต้องตรวจสอบสุขภาพ” แต่ในความเป็นจริงแล้ว ทุกเงื่อนไข มีข้อกำหนด มีกฎเกณฑ์ทุกกรณี เนื่องจากสัญญาประกันภัยเป็นสัญญาสำเร็จรูป ที่มีข้อกำหนดชัดเจนตามกฎหมาย ไม่สามารถปรับรายละเอียดเล็กน้อยตามคำพูดได้ เป็นการลัทธิการให้ประชาชนต้องพิจารณาให้ถี่ถ้วนก่อนลงนาม ต้องอ่านให้รอบคอบ ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าใจ หรือตีความศัพท์ประกันได้เข้าใจอย่างถ่องแท้ ทำให้ปัญหาดังกล่าวจึงยังไม่หมดไป

ประเด็นปัญหาที่สองเกี่ยวกับมาตรการการลงโทษ ในกรณีที่ผู้บริโภคเข้าใจผิดในเงื่อนไขสาระสำคัญของสัญญาประกันชีวิต เพราะ การโฆษณาประกันชีวิตนั้น ตามตามพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2551) มาตรา 33 ห้ามมิให้บริษัทประกันชีวิตโฆษณาจูงใจอันเป็นเท็จหรือเกินความจริงเกี่ยวกับบริษัทหรือธุรกิจประกันชีวิตของบริษัท และหากทำการฝ่าฝืนจะต้องโดนลงโทษ ตามมาตรา 93 ซึ่งกำหนดโทษปรับไม่เกิน 500,000 บาท และหากกระทำความผิดอย่างต่อเนื่องให้ปรับไม่เกินวันละ 20,000 บาท ตลอดเวลาที่ฝ่าฝืน และตาม พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค มาตรา 22 (1) ระบุว่า การโฆษณาต้องไม่เป็นข้อความเท็จ เกินจริง ไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของกรรมกรรมประกันภัย รวมทั้งต้องเขียนข้อความที่โฆษณาไว้ในกรรมกรรมด้วย หากไม่กระทำถือว่ามีความผิดในการเสนอขาย มีโทษจำคุก 3 เดือน หรือปรับไม่เกิน 30,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ซึ่งเมื่อเกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภค การกำหนดโทษปรับแก่ผู้ประกอบการธุรกิจประกันชีวิต ถือได้ว่าเป็นโทษเพียงเล็กน้อย ทำให้ผู้ประกอบการไม่เจ็ดหลาบ เพราะ ประโยชน์ที่ได้รับจากการโฆษณานั้นมากกว่าโทษปรับและโทษจำคุกในการบังคับใช้จริง ไม่ค่อยเห็นผลเป็นรูปธรรม

ประเด็นปัญหาที่สามเกี่ยวกับเงื่อนไขของการจ่ายเงินทดแทน เนื่องจากผู้เอาประกันภัยทราบในภายหลังว่าไม่สามารถได้เงินสินไหมทดแทน เพราะ เข้าใจผิดในเงื่อนไขของสัญญาประกันชีวิต ซึ่งมีเงื่อนไขรายละเอียดมากมาย ก่อนทำดูเหมือนไม่ยุ่งยาก แต่หากมีความเสียหายเกิดขึ้น มีความเป็นความตาย มีความเสียหายด้านจิตใจ การเสียโอกาส ผลกระทบในระยะยาวที่ไม่คาดคิดมาก่อน เมื่อจะมีการชดเชยชดใช้ ทดแทน เรียกตามสิทธิประกัน กลับมีความยุ่งยาก ทั้งด้านกฎหมาย การตีความ เหตุการณ์แวดล้อม หรือปัจจัยต่าง ๆ มากมาย จึงไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค จะเห็นได้ว่า ยังไม่มีมาตรการทางกฎหมายที่จะเยียวยา

ผู้ที่ได้รับความเสียหาย อันเนื่องมาจากการเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสัญญาประกันชีวิตที่มาจากการโฆษณาตนเอง

จากการศึกษาค้นคว้าปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการประกันชีวิต ประเภทโฆษณาว่าไม่ต้องตรวจสอบสุขภาพ ผู้ศึกษาพบว่า มีข้อเสนอแนะ คือ

1. ปัญหาเกี่ยวกับรูปแบบของสัญญา สัญญาประกันชีวิตใช้รูปแบบของสัญญาเป็นสัญญาสำเร็จรูป จึงขอเสนอให้มีการออกมาตรการควบคุมบริษัท โดยการร่างกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจประกันชีวิตโดยเปลี่ยนจากสัญญาสำเร็จรูปเป็นสัญญาควบคุม ในส่วนที่เกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าหรือบริการ เช่น ต้องไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในเนื้อหาสาระสำคัญของสัญญาประกันชีวิต และต้องไม่ทำการโฆษณาที่เป็นการชี้นำผู้บริโภคไปในทางที่ทำให้เข้าใจผิด

2. ปัญหาเกี่ยวกับมาตรการการลงโทษ ควรเพิ่มเติมบทลงโทษผู้ประกอบการธุรกิจประกันภัย ในพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2551) มาตรา 93 ให้เปลี่ยนจากโทษปรับให้เป็นโทษทางอาญาแทน คือ ให้มีการจำคุก เนื่องจากเป็นการละเมิดสิทธิประชาชนและกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจประกันภัยมีการกระทำความผิดซ้ำซากอันมาจากการโฆษณาว่าไม่ต้องตรวจสอบสุขภาพตาม พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค มาตรา 22 (1) ให้เพิ่มมาตรการทางปกครอง คือ เพิกถอนใบอนุญาตการประกอบธุรกิจประกันภัย

3. ปัญหาเกี่ยวกับเงื่อนไขของการจ่ายเงินทดแทน ควรเพิ่มเติมการรับผิดชอบของธุรกิจประกันภัย ในส่วนของการจ่ายเงินทดแทน หากผู้บริโภคได้รับการปฏิเสธโดยไม่ได้รับเงินทดแทน อันเนื่องมาจากการโฆษณาสินค้าหรือบริการว่าไม่ต้องตรวจสอบสุขภาพ ให้ผู้บริโภคมีสิทธิรับเงินตามสัญญากรมธรรม์ ค่าเสียหาย และค่าสินไหมทดแทนจากการจ่ายล่าช้า